

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN**

(Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di

Bursa Efek Indonesia Tahun 2009-2011)



NASKAH PUBLIKASI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi Jurusan Akuntansi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun oleh:

RINA GEMITASARI
B 200 090 148

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2013

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan dibawah ini telah membaca naskah publikasi dengan judul:

**“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGUNGKAPAN
TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN (Studi Empiris Pada Perusahaan
Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2009-2011)”**

Yang ditulis oleh:

RINA GEMITASARI

B200090148

Penandatanganan berpendapat bahwa naskah publikasi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, Januari 2013

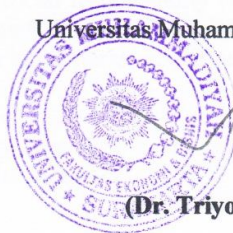
Pembimbing Utama

(Dra. Nursiam, Ak, M.H)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta



(Dr. Triyono, M.Si)

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN**

(Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di

Bursa Efek Indonesia Tahun 2009-2011)

RINA GEMITASARI

B 200090148

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Akuntansi

Universitas Muhammadiyah Surakarta

ABSTRACT

This study aimed to examine the factors that influence disclosure of corporate social responsibility (CSR). The factors thought to affect the disclosure of corporate social responsibility (CSR) are leverage, profitability, firm age, firm size, and liquidity.

The population in this study was a manufacturing company listed on the Indonesia Stock Exchange in 2009-2011. The samples used were that meet the criteria set. The study used a purposive sampling method. Samples that meet the criteria were 40 companies per year so it was obtained a total sample of 120 companies. Data analysis techniques of this study used multiple linear regression, F test, t test, the coefficient of determination test by performing normality test, multicollinearity, heterocedastisity test and autocorrelation test first.

The results proved that the *leverage* variable and firm size variable affect the disclosure of corporate social responsibility (CSR) as evidenced by the significance of the two variables are less than 0.05 is 0.000. Variable profitability, company age, and liquidity do not affect the disclosure of corporate social responsibility (CSR) as its significance is more than 0.05.

Keywords: *disclosure of corporate social responsibility (CSR), leverage, profitability, firm age, firm size, liquidity*

A. PENDAHULUAN

1. Latar Belakang Masalah

Kegiatan perindustrian tidak hanya ditopang oleh adanya sumber daya manusia saja, melainkan juga sumber daya alam. Hal itu dikarenakan, bahan baku yang digunakan oleh pabrik-pabrik berasal dari alam. Seiring dengan perkembangan teknologi, berbagai sumber daya alam seperti pohon, tumbuhan, bahan tambang, air, tanah serta binatang-binatang yang mendiaminya, dalam waktu singkat berubah menjadi tumpukan kertas, bahan bakar mesin, lahan perkebunan, lahan pertanian, serta produk makanan atau minuman jadi yang diproduksi secara besar-besaran. Akibatnya, alam menjadi tidak seimbang karena dieksploitasi dan dicemari. Ketika berbagai bencana alam semakin sering terjadi, manusia baru tersadar untuk memperhatikan lingkungan alam yang telah diabaikannya. Saat ini, semua kalangan mulai menyadari pentingnya melakukan tindakan untuk mencegah dan mengurangi kerusakan lingkungan termasuk para pengusaha.

Lingkungan yang bersih, aman, dan tertata merupakan kondisi lingkungan yang diinginkan setiap orang. Demi mewujudkan hal tersebut yang diperlukan tidak hanya peran serta masyarakat umum dan pemerintah namun juga memerlukan partisipasi dari perusahaan-perusahaan besar terutama perusahaan-perusahaan yang telah *go public*. Dalam hal ini, aktivitas perusahaan berkaitan erat dengan kondisi lingkungan dikarenakan setiap aktivitas perusahaan akan memberikan dampak positif maupun negatif pada lingkungan di sekitarnya. Dampak positif tidak akan memberikan masalah yang berarti bagi masyarakat maupun lingkungan. Lain halnya bila aktivitas perusahaan menimbulkan dampak negatif seperti pencemaran lingkungan, perusakan lingkungan, pelanggaran Hak Asasi Manusia, ketidakadilan, tindakan sewenang-wenang, dan sebagainya. Hal itu tidak hanya menjadi masalah serius bagi lingkungan tetapi juga bagi masyarakat sekitar yang merasa terganggu dengan adanya kondisi tidak menyenangkan tersebut.

Banyak fenomena yang terjadi akibat aktivitas bisnis perusahaan, antara lain kasus *global warming*, pencemaran Teluk Buyat oleh PT Newmount, kasus kandungan minyak babi oleh PT Ajinomoto, kasus PT Freeport dan kasus PT Lapindo Brantas yang memberikan dampak cukup serius bagi masyarakat sekitar. Berdasarkan fenomena tersebut, pemerintah sebagai regulator diharapkan mendorong perusahaan agar lebih memperhatikan lingkungan sekitarnya (Utami dan Sawitri Dwi Prastiti, 2011). Selain itu, perusahaan juga harus memiliki standar etika yang tepat dalam

melaksanakan kegiatan operasionalnya agar persoalan seperti di atas tidak menjadi masalah yang berkelanjutan.

Tanggung jawab sosial perusahaan atau yang biasa disebut dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan salah satu sarana bagi perusahaan, terutama yang usahanya terkait dengan sumber daya alam, untuk menyeimbangkan antara keuntungan ekonomi dengan kontribusinya bagi kesejahteraan masyarakat demi mewujudkan pembangunan yang berkelanjutan. Di Indonesia, kewajiban bagi perusahaan untuk melakukan kegiatan-kegiatan CSR diatur dalam Undang-undang 40 Tahun 2007 pasal 74 tentang Perseroan Terbatas (Endah, 2012).

Secara teoritis, CSR dapat diartikan sebagai tanggung jawab moral suatu perusahaan terhadap para *stakeholders* terutama masyarakat sekitar yang berada di wilayah kerjanya. Parameter keberhasilan suatu perusahaan dalam sudut pandang CSR adalah mengedepankan prinsip moralitas, yakni menggapai suatu hasil terbaik tanpa merugikan masyarakat sekitar (Febrina dan I G N Agung Suaryana, 2011).

Tuntutan terhadap perusahaan untuk memberikan informasi yang transparan, organisasi yang akuntabel serta tata kelola perusahaan yang semakin bagus (*good corporate governance*) semakin memaksa perusahaan untuk memberikan informasi mengenai aktivitas sosialnya. Masyarakat membutuhkan informasi mengenai sejauh mana perusahaan sudah melaksanakan aktivitas sosialnya sehingga hak masyarakat untuk hidup aman dan tenteram, kesejahteraan karyawan, dan keamanan mengkonsumsi makanan dapat dipenuhi (Anggraini, 2006).

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2009-2011)”**.

2. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk menguji pengaruh *leverage*, profitabilitas, umur perusahaan, ukuran perusahaan, dan likuiditas terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

B. TINJAUAN PUSTAKA

1. Pengungkapan

Secara umum, pengungkapan adalah konsep, metode, dan media tentang bagaimana informasi akuntansi disampaikan pada pihak yang berkepentingan (Suwardjono, 2011:615).

Berdasarkan SFAC No.1 dalam Kiswara (2009), pengungkapan dikelompokkan menjadi 3 konsep, yaitu:

- a. *Adequate disclosure*, yaitu pengungkapan minimum yang harus dilakukan agar laporan keuangan tidak menyesatkan.
- b. *Fair disclosure*, yaitu pengungkapan yang memberi perlakuan yang sama dan bersifat umum bagi semua pemakai laporan keuangan.
- c. *Full disclosure*, yaitu pengungkapan atas semua informasi yang relevan.

2. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Menurut Sembiring (2005) tanggung jawab sosial perusahaan merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan. Pengungkapan tanggung jawab sosial yang diungkapkan perusahaan merupakan informasi yang bersifat sukarela.

Menurut Febrina dan I G N Agung Suaryana (2011) CSR yaitu tanggung jawab moral perusahaan terhadap para *stakeholder* terutama komunitas atau masyarakat yang terdapat di sekitar wilayah kerja dan operasinya.

3. Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Terdapat beberapa teori yang melandasi adanya pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Teori yang dimaksud yaitu:

- a. Teori Keagenan (*Agency Theory*)

Menurut Jensen and Meckling dalam penelitian Febrina dan Suaryana (2011), teori keagenan mengungkapkan adanya hubungan antara *principal* (pemilik perusahaan atau pihak yang memberikan mandat) dan *agent* (manajer perusahaan atau pihak yang menerima mandat) yang dilandasi dari adanya pemisahan kepemilikan dan pengendalian perusahaan, pemisahan penanggung risiko, pembuatan keputusan dan pengendalian fungsi-fungsi.

Teori keagenan menyatakan bahwa perusahaan yang menghadapi biaya kontrak dan biaya pengawasan yang rendah cenderung akan melaporkan laba lebih rendah atau dengan kata lain akan mengeluarkan biaya-biaya untuk kepentingan manajemen, salah satunya biaya yang dapat meningkatkan reputasi

perusahaan di mata masyarakat yaitu biaya-biaya yang terkait dengan tanggung jawab sosial perusahaan (Febrina dan I G N Agung Suaryana, 2011).

b. Teori Legitimasi

Teori legitimasi mengungkapkan bahwa perusahaan secara kontinyu berusaha untuk bertindak sesuai dengan batas-batas dan norma-norma dalam masyarakat. Atas usahanya tersebut pengusaha berusaha agar aktivitasnya diterima menurut persepsi pihak eksternal (Deegan, 2000) dalam Febrina dan I G N Agung Suaryana (2011).

c. Teori *Stakeholder*

Stakeholder yaitu semua pihak yang memiliki hubungan dengan perusahaan baik yang bersifat mempengaruhi maupun dipengaruhi, atau bersifat langsung maupun tidak langsung (Hadi, 2011:3). Teori stakeholder mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri tetapi juga harus memberikan manfaat bagi *stakeholder*-nya seperti pemegang saham, kreditor, konsumen, supplier, pemerintah, masyarakat, analis dan pihak lain (Ghozali dan Anis Chariri, 2007:409).

d. Teori Kontrak Sosial

Perusahaan yang merupakan sekelompok orang yang memiliki kesamaan tujuan dan berusaha mencapai tujuan secara bersama-sama merupakan bagian dari masyarakat. Keberadaan suatu perusahaan sangat ditentukan oleh masyarakat dimana antara keduanya saling mempengaruhi. Oleh karena itu, agar terjadi keseimbangan, diperlukan kontrak sosial baik secara eksplisit maupun implisit sehingga terjadi kesepakatan yang saling melindungi kepentingannya (Hadi, 2011:95).

4. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

1. *Leverage*

Leverage (X_1) adalah rasio atau ukuran yang menggambarkan sejauh mana hutang perusahaan dapat ditutupi oleh modal sendiri. Menurut Subramanyam dan John J. Wild (2010:43), *leverage* yaitu rasio yang digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka panjang. Tingkat pengelolaan hutang (*leverage*) berkaitan dengan bagaimana perusahaan didanai dan apakah perusahaan didanai lebih banyak menggunakan hutang (Hardiningsih, 2008). Semakin tinggi tingkat *leverage* maka semakin besar pula kemungkinan perusahaan

untuk melaporkan laba yang lebih tinggi. Demi memperoleh laba yang tinggi maka manajer akan mengurangi biaya-biaya termasuk biaya untuk pengungkapan sosial.

Keputusan untuk mengungkapkan informasi sosial akan mengikuti suatu pengeluaran untuk pengungkapan yang menurunkan pendapatan (Belkaoui dan Karpik, 1989) dalam penelitian Sembiring (2005). Sesuai dengan teori keagenan maka manajemen perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi akan mengurangi pengungkapan tanggung jawab sosial yang dibuatnya (Sembiring, 2005).

Berdasarkan uraian di atas maka hipotesis yang akan diuji yaitu:

H₁: *Leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

2. Profitabilitas

Profitabilitas dapat didefinisikan sebagai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan (Handayati, 2011). Hubungan antara profitabilitas dengan pengungkapan tanggung jawab sosial dapat dikaitkan dengan teori keagenan dimana perolehan laba yang semakin besar menyebabkan perusahaan melakukan pengungkapan sosial secara lebih luas.

Penelitian Sembiring (2005), Sudaryono dan Muhammad Bani Rahman (2007), Kartika (2010), Handayati (2011), Febrina dan I G N Agung Suaryana (2011), serta Kamil dan Antonius Herusetya (2012) menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Akan tetapi diduga bahwa profitabilitas mempengaruhi luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Berdasarkan uraian di atas maka hipotesis yang akan diuji adalah sebagai berikut:

H₂: Profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

3. Umur Perusahaan

Definisi umur perusahaan yaitu lamanya suatu perusahaan berdiri yang dihitung sejak berdirinya perusahaan sampai tahun 2011. Menurut teori legitimasi, perusahaan dianjurkan untuk meyakinkan bahwa aktivitas dan kinerjanya dapat diterima masyarakat, sehingga semakin lama perusahaan dapat bertahan maka semakin banyak juga informasi sosial yang diungkapkan perusahaan tersebut sebagai wujud tanggung jawabnya agar tetap diterima di masyarakat (Utami dan Sawitri Dwi Prastiti, 2011).

Penelitian yang dilakukan oleh Sudaryono dan Muhammad Bani Rahman (2007) serta Utami dan Sawitri Dwi Prastiti (2011) menunjukkan bahwa umur perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Dalam penelitian ini diduga bahwa variabel umur perusahaan mempengaruhi luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan sehingga hipotesis yang akan diuji yaitu:

H₃: Umur perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

4. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan menunjukkan besar kecilnya perusahaan. Semakin besar ukuran suatu perusahaan maka semakin mendapat perhatian dari pasar maupun publik (Handayati, 2011). Berkaitan dengan teori keagenan dimana perusahaan besar akan mempunyai biaya keagenan yang lebih besar dibandingkan dengan perusahaan kecil, sehingga perusahaan besar akan mengungkapkan informasi secara lebih luas untuk mengurangi biaya keagenan (Kartika, 2010). Berdasarkan uraian di atas maka hipotesis yang akan diuji yaitu:

H₄: Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

5. Likuiditas

Likuiditas perusahaan menunjukkan sejauh mana perusahaan dapat mendanai kegiatan operasional perusahaan dan melunasi kewajiban jangka pendeknya (Kartika, 2010). Liabilitas merupakan suatu indikator mengenai kemampuan perusahaan untuk membayar semua utang jangka pendek pada saat jatuh tempo dengan menggunakan aset lancar yang tersedia (Kamil dan Antonius Herusetya, 2012). Berdasarkan uraian di atas maka hipotesis yang akan diuji yaitu:

H₅: Likuiditas berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

C. METODE PENELITIAN

1. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2009-2011. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* yaitu teknik penentuan,

penarikan, atau pengambilan sampel dengan menggunakan pertimbangan atau kriteria tertentu (Kiswara, 2009).

Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data pada penelitian ini adalah dokumentasi. Sumber data penelitian diperoleh dari *Indonesian Capital Market Directory* (ICMD), website Bursa Efek Indonesia yaitu www.idx.co.id, serta website resmi masing-masing perusahaan. Sampel yang diperoleh tiap tahunnya sebanyak 40 perusahaan sehingga periode 2009-2011 diperoleh total sampel sebanyak 120 perusahaan.

2. Variabel Penelitian dan Pengukurannya

a. Variabel Dependen

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility*. Pengungkapan tanggung jawab sosial dinilai menurut standar GRI (*Global Reporting Initiative*) versi G3.1 yang diterbitkan tahun 2011. Total item pengungkapan adalah 83 item. Jika perusahaan mengungkapkan 1 item yang terdapat dalam standar maka akan memperoleh skor 1 sedangkan jika tidak mengungkapkan diberi skor 0.

b. Variabel Independen

i. *Leverage*

Konsisten dengan penelitian Febrina dan I G N Agung Suaryana (2011), *leverage* diukur menggunakan *Debt to Total Assets Ratio* (Rasio Total Utang terhadap Total Aktiva).

$$\text{Debt to Total Assets Ratio} = \frac{\text{Total Kewajiban}}{\text{Total Aktiva}}$$

ii. Profitabilitas

Konsisten dengan penelitian Kartika (2010), profitabilitas diukur dengan menggunakan *Return on Asset* (ROA).

$$\text{ROA} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Aktiva}}$$

iii. Umur Perusahaan

Konsisten dengan penelitian Sudaryono dan Muhammad Bani Rahman (2007), umur perusahaan dihitung dari berdirinya perusahaan sampai dengan tahun 2009, 2010, dan 2011.

iv. Ukuran Perusahaan

Dalam penelitian ini ukuran perusahaan diukur dengan logaritma total aset perusahaan (Alexander, 2006) dalam Febrina dan I G N Agung Suaryana (2011).

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \log (\text{Total Aset})$$

v. Likuiditas

Konsisten dengan penelitian Kartika (2010) likuiditas diukur dengan:

$$\text{Current Ratio} = \frac{\text{Aktiva Lancar}}{\text{Kewajiban Lancar}}$$

3. Metode Analisis Data

Penelitian ini menggunakan uji hipotesis yang meliputi analisis regresi linier berganda, uji F, uji t, dan uji koefisien determinasi (R^2). Sebelum melakukan uji hipotesis dilakukan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heterokedastisitas, dan uji autokorelasi.

D. HASIL PENELITIAN

1. Pengaruh *leverage* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR)

Pada penelitian ini variabel *leverage* yang diprosikan dengan *Debt to Total Assets Ratio* menghasilkan t_{hitung} sebesar -3,939 dengan signifikansi sebesar 0,000. Berdasarkan pengujian tersebut diketahui bahwa nilai signifikansi kurang dari 0,05 sehingga menolak H_0 dan menerima H_1 . Jadi dapat diartikan bahwa tingkat *leverage* yang semakin tinggi akan membuat perusahaan mengungkapkan tanggung jawab sosial secara lebih luas untuk memberikan informasi pada kreditor. Kreditor memerlukan tambahan informasi dari perusahaan untuk memberi keyakinan bahwa hak-hak mereka akan tetap dipenuhi. Akan tetapi, hasil pengujian terhadap variabel *leverage* bertolak belakang dengan teori keagenan yang menyatakan bahwa *leverage* mempunyai pengaruh negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR).

Hasil pengujian ini mendukung hasil penelitian Putra *et al* (2011) yang juga melakukan pengujian terhadap *leverage* dan memperoleh hasil bahwa *leverage* berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Akan tetapi, hasil pengujian ini tidak mendukung hasil penelitian Sembiring (2005), Sudaryono dan Muhammad Bani Rahman (2007), Hardiningsih (2008), Febrina dan

I G N Agung Suaryana (2011), Handayati (2011), serta Utami dan Sawitri Dwi Prastiti (2011).

2. Pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan

Hasil uji t menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} variabel profitabilitas adalah -0,427 dan nilai signifikannya adalah 0,671. Karena nilai signifikan profitabilitas lebih dari 0,05 maka menerima H_0 dan menolak H_2 . Hal ini berarti perusahaan akan tetap mengungkapkan tanggung jawab sosialnya tanpa memperhatikan besar kecilnya laba yang dihasilkan dengan kata lain variabel profitabilitas tidak berpengaruh terhadap luasnya pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR).

Hasil pengujian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sembiring (2005), Sudaryono dan Muhammad Bani Rahman (2007), Hardiningsih (2008), Kartika (2010), Febrina dan I G N Agung Suaryana (2011), serta Handayati (2011). Akan tetapi hasil pengujian ini bertolak belakang dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Utami dan Sawitri Dwi Prastiti (2011) serta Putra *et al* (2011).

3. Pengaruh umur perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan

Dalam penelitian ini umur perusahaan diukur dengan cara menghitung lamanya perusahaan berdiri dimulai dari awal perusahaan berdiri sampai dengan tahun 2009, 2010, dan 2011. Hasil pengujian umur perusahaan menghasilkan nilai t_{hitung} sebesar 1,925 dengan nilai signifikan sebesar 0,058. Nilai signifikan variabel umur perusahaan lebih dari 0,05 ($0,058 > 0,05$) sehingga hasil pengujian hipotesis ini menerima H_0 dan menolak H_3 . Dengan demikian, hasil pengujian ini tidak sesuai dengan teori legitimasi yang menyatakan bahwa semakin lama umur suatu perusahaan atau semakin lama suatu perusahaan berdiri maka semakin banyak pula perusahaan tersebut akan mengungkapkan tanggung jawab sosialnya.

Hasil pengujian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Sudaryono dan Muhammad Bani Rahman (2007), Utami dan Rahmawati (2010), Marpaung (2010) serta Utami dan Sawitri Dwi Prastiti (2011). Akan tetapi, hasil penelitian ini tidak mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Susilatri *et al* (2011) dan Latifah *et al* (2011).

4. Pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan

Pengujian terhadap variabel ukuran perusahaan menghasilkan nilai t_{hitung} sebesar 5,235 dengan nilai signifikan sebesar 0,000. Berdasarkan hasil pengujian

tersebut diketahui bahwa nilai signifikan kurang dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) sehingga pengujian terhadap hipotesis ini menolak H_0 dan menerima H_4 .

Dengan demikian, semakin besar suatu perusahaan maka total aktiva yang dimiliki perusahaan juga akan semakin banyak sehingga kebijakan untuk mengungkapkan tanggung jawab sosialnya juga semakin besar. Hasil pengujian ini juga sejalan dengan teori keagenan yang menyatakan bahwa perusahaan besar mempunyai biaya keagenan yang lebih besar sehingga harus mengungkapkan tanggung jawab sosialnya secara lebih luas untuk mengurangi biaya keagenan. Jadi, variabel ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Hal ini menguatkan penelitian yang dilakukan oleh Sembiring (2005), Sudaryono dan Muhammad Bani Rahman (2007), Hardiningsih (2008), Kartika (2010), Febrina dan I G N Agung Suaryana (2011), Handayati (2011), Utami dan Sawitri Dwi Prastiti (2011), serta Putra *et al* (2011). Akan tetapi hasil penelitian ini tidak mendukung hasil penelitian Kiswara (2009).

5. Pengaruh likuiditas terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan

Pengujian terhadap hipotesis pengaruh likuiditas terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan menghasilkan nilai t_{hitung} sebesar -1,678 dengan signifikansi sebesar 0,097. Karena signifikansi lebih dari 0,05 ($0,097 > 0,05$) maka H_0 diterima dan H_5 ditolak sehingga likuiditas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Hal ini dapat diartikan bahwa tinggi atau rendahnya likuiditas pada suatu perusahaan tidak mempengaruhi luas pengungkapan CSR.

Hasil pengujian ini konsisten dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Kartika (2010) dan Kamil (2012). Akan tetapi, hasil pengujian dalam penelitian ini tidak mendukung hasil penelitian Widianingsih (2011).

E. PENUTUP

1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh hasil bahwa *leverage* berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Hal itu menunjukkan bahwa hipotesis pertama (H_1) diterima. Artinya tingkat *leverage* yang semakin tinggi akan membuat perusahaan mengungkapkan tanggung jawab sosial secara lebih luas untuk memberikan informasi pada kreditor. Variabel lain yang

berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) adalah ukuran perusahaan. Berdasarkan hasil pengujian tersebut berarti hipotesis keempat (H_4) diterima. Artinya, semakin banyak total aktiva yang dimiliki perusahaan akan berakibat pada semakin besarnya pengungkapan tanggung jawab sosial (CSR) yang dilakukan oleh perusahaan.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Hal itu berarti hipotesis kedua (H_2) ditolak. Jadi dapat dikatakan bahwa besar kecilnya laba yang diperoleh perusahaan tidak mempengaruhi luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Umur perusahaan juga tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) sehingga hipotesis ketiga (H_3) ditolak. Hal itu dapat diartikan bahwa lama tidaknya suatu perusahaan berdiri tidak mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial (CSR) yang dilakukan perusahaan tersebut. Berdasarkan hasil pengujian diketahui bahwa likuiditas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis kelima (H_5) ditolak. Jadi dapat diartikan bahwa tinggi rendahnya tingkat likuiditas pada suatu perusahaan tidak mempengaruhi luas pengungkapan tanggung jawab sosial (CSR) yang dilakukan perusahaan tersebut.

2. Saran

- a. Peneliti berikutnya disarankan menggunakan ukuran penilaian CSR yang lebih akurat.
- b. Peneliti selanjutnya sebaiknya menggunakan semua sektor perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia untuk mendapatkan hasil penelitian secara lebih akurat.
- c. Peneliti selanjutnya disarankan menambah variabel independen yang lain seperti jenis industri, kepemilikan manajemen, ukuran dewan komisaris, maupun basis perusahaan agar kemampuan variabel independen yang mempengaruhi variabel dependen menjadi semakin besar.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, Fr. R. R. 2006. *Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan (Studi Empiris pada Perusahaan-Perusahaan yang terdaftar Bursa Efek Jakarta)*. Makalah disajikan dalam Simposium Nasional Akuntansi IX.
- Diba, Farah. 2012. *Pengaruh Karakteristik Perusahaan dan Regulasi Pemerintah Terhadap Pengungkapan Laporan Corporate Social Responsibility (CSR) Pada Laporan Tahunan Di Indonesia*. Skripsi. Makassar: Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Hassanuddin.
- Endah. 2012. *CSR Lingkungan : Kontribusi Swasta Menghijaukan Kota*. www.pustaka.pu.go.id diakses Sabtu, 12 Mei 2012
- Febrina, dan I G N Agung Suaryana. 2011. *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kebijakan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia*. Makalah disajikan dalam Simposium Nasional Akuntansi XIV.
- Ghozali, Imam. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam, dan Anis Chariri. 2007. *Teori Akuntansi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- GRI. 2011. *Sustainability Reporting Guidelines*. www.globalreporting.org diakses Rabu, 27 September 2012
- Gujarati, Damodar N. 2006. *Dasar-dasar Ekonometrika*. Jakarta: Erlangga.
- Hadi, Nor. 2011. *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Handayati, Puji. 2011. *Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Tingkat Pengungkapan Informasi Sosial Perusahaan: Studi Empiris Pada Perusahaan Yang Tergolong High Profile Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia*. Jurnal Akuntansi dan Manajemen, Vol. 22, No.2, Hal. 159-169.
- Hardiningsih, Pancawati. 2008. *Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Voluntary Disclosure Laporan Tahunan Perusahaan*. Jurnal Bisnis dan Ekonomi, Volume 15, No.1, Hal. 67-79.
- Ikatan Akuntan Indonesia. 2009. *Standar Akuntansi Keuangan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Indrastanti, Sri Retno, dan Eny Kusumawati. 2010. *Manajemen Keuangan I*. Surakarta: Tidak Diterbitkan.
- Indriantoro, Nur, dan Bambang Supomo. 2009. *Metodologi Penelitian Bisnis: Untuk Akuntansi & Manajemen*. Yogyakarta: BPFE.

- Kamil, Ahmad, dan Antonius Herusetya. 2012. *Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Luas Pengungkapan Kegiatan Corporate Social Responsibility*. Media Riset Akuntansi, Volume 2, No.1, Hal. 1-17.
- Kartika, Andi. 2010. *Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI)*. Dinamika Keuangan dan Perbankan, Volume 2, No.1, 62-82.
- Kiswara, Endang. 2009. *Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Sukarela Oleh Perusahaan Multinasional Di Indonesia*. Jurnal Akuntansi dan Manajemen, Volume 20, No.2, Hal. 107-117.
- Lako, Andreas. 2011. *Dekonstruksi CSR dan Reformasi Paradigma Bisnis dan Akuntansi*. Jakarta: Erlangga.
- Marpaung, Anggita Zoraya. 2009. *Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Sosial (Social Disclosure) Dalam Laporan Keuangan Tahunan*. Skripsi. Medan: Fakultas Ekonomi, Universitas Sumatera Utara.
- Putra, W. E., Yuliusman, dan Dedi Setiawan. 2011. *Pengaruh Size, Profitabilitas, Leverage, Kepemilikan Dalam Negeri dan Kepemilikan Asing Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Survey Pada Perusahaan Industri Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)*. Jurnal Penelitian Universitas Jambi Seri Humaniora, Volume 13, No.2, 37-48.
- Sekaran, Uma. 2007. *Research Methods For Bussiness*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sembiring, E. R. 2005. *Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial: Study Empiris pada Perusahaan yang Tercatat di Bursa Efek Jakarta*. Makalah disajikan dalam Simposium Nasional Akuntansi VIII.
- Subramanyam, K.R., John J. Wild. 2010. *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sudaryono, Bambang, dan Muhammad Bani Rahman. 2007. *Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Publik*. Jurnal Akuntansi, Volume 7, No. 2, 125-162.
- Suwardjono. 2011. *Teori Akuntansi: Perekayasaan dan Pelaporan Keuangan*. Yogyakarta: BPFE.
- Utami, Sri, dan Sawitri Dwi Prastiti. 2011. *Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Social Disclosure*. Jurnal Ekonomi Bisnis, Volume 16, No.1, Hal. 63-69.
- Utomo, Yuni Prihadi. 2009. *Eksplorasi Data dan Analisis Regresi Dengan SPSS*. Surakarta: Muhammadiyah University Press.